



ОТРАСЛЕВЫЕ КОМИТЕТЫ

КОМИТЕТ ПО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



ПРЕДСЕДАТЕЛЬ:

ТАТЬЯНА ТКАЧЕНКО,
DANONE RUSSIA

ГОТОВНОСТЬ К ВНЕДРЕНИЮ И РЕАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ МАРКИРОВКИ

Внедрение системы маркировки для молочной продукции началось 1 июня 2021 года для сыров и мороженого. Начиная с 1 сентября маркировка стала обязательной для молочных продуктов с длительным сроком хранения (более 40 дней).

С 1 декабря маркировка стала обязательной для продуктов с коротким сроком годности (менее 40 дней). Объемы такой продукции превышают объемы продукции предыдущего этапа в 10 раз.

Распространены случаи задержки поставок оборудования для маркировки. Кроме того, при установке оборудования, непосредственно на производстве выявлялись особенности или несовместимость оборудования, необходимого для маркировки, с высокоскоростными линиями производства молочной продукции. Уже установленное оборудование значительно снижало производительность высокоскоростных линий, что повлекло необходимость изменения технических решений и поиска возможностей печати кодов в типографиях, что сделает процесс еще более дорогостоящим.

Бизнес прилагает максимум усилий для соблюдения требований системы маркировки, однако многие предприятия все еще сталкиваются с трудностями, связанными с запуском маркировки.

Дополнительно существуют риски, связанные с приемкой продукции предприятиями розничной торговли, которая будет осуществляться через систему маркировки, а также

с практикой государственного контроля. На начальном этапе велик риск возникновения ошибок, неполадок и сбоев при работе в системе.

РЕКОМЕНДАЦИИ

- › Недопущение нарушения поставок и оборота товаров по причине мер государственного контроля и санкций со стороны предприятий торговли до нормализации процессов.

СТОИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МАРКИРОВКИ

Мы также хотим отметить вопрос стоимости внедрения системы маркировки. Требуется установка дорогостоящего оборудования, разработка и внедрение программного обеспечения, изменение отлаженных операционных процессов.

При введении маркировки КИЗ производители серьезно ограничены в выборе упаковочных решений, поскольку для запуска продукта с новым упаковочным решением (новый материал, конструкция), помимо обычных испытаний, необходимо проводить тестирование возможности нанесения маркировки КИЗ. Таким образом, расходы на сами коды, их нанесение накладывают существенное бремя на бизнес. При этом цена кода одинакова и для высокомаржинальных продуктов (таких как лекарства, табак, парфюмерия и даже шубы), и для низкомаржинальных (например, молока, которое является социально значимым продуктом). Затем идут капитальные расходы на оборудование и операционные расходы на печать, и при нынешнем уровне затрат маркировка окажет влияние на себестоимость продукции. Для молочной промышленно-

сти капитальные затраты оцениваются в 12,2 млрд руб., операционные — 40,6 млрд руб. в год, а рост себестоимости — 4%.

РЕКОМЕНДАЦИИ

- › В условиях непростой экономической ситуации необходимо рассмотреть возможности снижения затрат бизнеса на внедрение маркировки, в том числе за счет государственных мер поддержки.

НЕЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ РАСШИРЕНИЯ ПЕРЕЧНЯ ПРОДУКЦИИ, ПОДЛЕЖАЩЕЙ МАРКИРОВКЕ КОНТРОЛЬНО-ИДЕНТИФИКАЦИОННЫМИ ЗНАКАМИ

ВЛИЯНИЕ ТЕКУЩЕЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ ПО РАСШИРЕНИЮ ПЕРЕЧНЯ ПРОДУКЦИИ, ПОДЛЕЖАЩЕЙ МАРКИРОВКЕ

Опасность ведения информационных кампаний, фокусирующихся на различных и предоставляющих разные данные исследованиях уровня контрафакта в отдельных товарных группах, в российских СМИ с точки зрения имиджа и репутации российских товаров на внутреннем рынке РФ и рынках стран Таможенного союза, а также потенциального влияния на экспорт данных товарных групп на зарубежные рынки.

Дискредитация деятельности ключевых российских контрольно-надзорных органов, осуществляющих комплексную проверку качества и соответствия данных товарных групп законодательству РФ (включая Роспотребнадзор, Федеральную антимонопольную службу и другие инстанции).

Дискредитация результатов «Стратегии повышения качества и безопасности пищевой продукции на российском рынке» за 5 лет.

Нарушение презумпции качества и безопасности российских товаров на рынке в глазах потребителей, что оказывает негативное влияние на уровень потребительских цен, колебаний потребительского спроса, а также восприятия российскими потребителями уровня стабильности экономики.

НЕЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ РАСШИРЕНИЯ ПЕРЕЧНЯ ПРОДУКЦИИ, ПОДЛЕЖАЩЕЙ МАРКИРОВКЕ И ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТИ, В ОТРАСЛЯХ, УЖЕ АКТИВНО ЗАДЕЙСТВОВАННЫХ СИСТЕМОЙ МАРКИРОВКИ И ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТИ

Расширение перечня продукции, подлежащей маркировке, является на данный момент нецелесообразным до завершения текущих экспериментов и стадий внедрения системы маркировки и прослеживаемости в текущих товарных группах (молочная промышленность — третий этап внедрения, упакованная вода — оба этапа внедрения, 1 декабря

2021 года и 1 марта 2022 года, пиво — завершение эксперимента 31 августа 2022 года и т. д.) ввиду высокого уровня нагрузки на систему, ограниченности числа и мощностей поставщиков оборудования и интеграторов, занятых в данный момент действующими товарными группами.

Расширение перечня продукции, подлежащей маркировке, в отрасли пищевой промышленности представляется также нецелесообразным ввиду текущего уровня инфляции и роста потребительских цен на основные потребительские товары, в том числе социально значимые, что неизбежно приведет к снижению ценовой доступности для потребителя и в конечном счете к ухудшению рациона, до стабилизации ситуации на российском рынке и ослабления влияния внешнеэкономической конъюнктуры на международных рынках, влияющей на внутрироссийскую ситуацию.

К примеру, на данный момент на внутреннюю конъюнктуру и развитие системы маркировки и прослеживаемости активно влияет глобальная проблема с электронными комплектами на международных рынках, в результате которой существенно увеличивается срок поставки основного оборудования практически по всем товарным группам. Такие внешнеэкономические примеры являются существенным препятствием для распространения системы маркировки и прослеживаемости до завершения периода волатильности международной экономической конъюнктуры и стабилизации ситуации на внешних рынках.

РЕКОМЕНДАЦИИ

- › Ввести мораторий на расширение перечня товарных групп, подлежащих маркировке и прослеживаемости контрольно-идентификационными знаками, в тех категориях, которые на данный момент наиболее активно участвуют в маркировке (пищевая промышленность, легкая промышленность):
 - до окончания действующих экспериментов и запусков системы маркировки и прослеживаемости;
 - и последующей оценки фактического воздействия (ОФВ) системы маркировки на основные экономические показатели по товарным группам (в т. ч. уровень контрафакта).

ПРИМЕНЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЙ 54-ФЗ «О ПРИМЕНЕНИИ КОНТРОЛЬНО-КАССОВОЙ ТЕХНИКИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ РАСЧЕТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» В ОТНОШЕНИИ ТОВАРНЫХ ГРУПП, ВХОДЯЩИХ В СИСТЕМУ МАРКИРОВКИ И ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТИ КОНТРОЛЬНО-ИДЕНТИФИКАЦИОННЫМИ ЗНАКАМИ

В начале августа 2021 года вступили в силу новые требования 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой



техники...», которые устанавливают правила подачи сведений для товарных групп, подлежащих системе маркировки и прослеживаемости. Согласно указанным требованиям участники оборота упакованной воды будут обязаны применять контрольно-кассовую технику (ККТ) с возможностью учета КИЗов. Однако сделать однозначный вывод относительно сроков начала обязательного использования такой ККТ очень сложно ввиду отсутствия в 54-ФЗ указания на вид сведений, с предоставлением которых связана данная обязанность.

П. 6.1. ст. 1.2 54-ФЗ не разграничивает статус производителя (оптового продавца) и продавца конечному потребителю и связывает обязанность использования ККТ с возможностью учета КИЗов со следующим:

- › присутствие наличных расчетов за маркированные товары;
- › наличие у пользователя обязанности по предоставлению сведений в информационную систему мониторинга.

В указанной норме не уточняется, о предоставлении каких конкретно сведений в информационную систему мониторинга идет речь. Данная ситуация создает правовую неопределенность и расхождения между условиями, прописанными в постановлениях о введении обязательной маркировки контрольно-идентификационными знаками и федеральным законодательством РФ.

Это приводит к следующим рискам:

- › необходимости более раннего внедрения производителями (поставщиками) и продавцами ККТ системы маркировки и прослеживаемости для товарных групп (к примеру, согласно Постановлению о маркировке упакованной воды данная стадия — этап поэкземпля-

ной прослеживаемости продукции — должна наступать с 01.03.2025, согласно же консервативной трактовке 54-ФЗ, это обязательство может наступить уже с 01.12.2021 для минеральной воды);

- › усложнению и утяжелению процессов подготовки индустрий, входящих в систему маркировки и прослеживаемости, с учетом более ранних сроков готовности;
- › сложности с закупкой, обновлением и функционированием обновленного оборудования (ККТ) для выполнения обязательных требований 54-ФЗ в части маркированной продукции (с соответствующим влиянием на готовность индустрий к реализации системы маркировки).

РЕКОМЕНДАЦИИ

- › Дополнить п. 6.1. ст. 1.2 Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» прямым указанием на обязанность участников оборота передавать в информационную систему сведений о кодах идентификации, и (или) кодах идентификации групповых упаковок, и (или) кодах идентификации транспортных упаковок. Таким образом, обязанность по передаче указанных сведений при обращении с товарами с использованием ККТ будет предусмотрена с момента введения поэкземплярного учета продукции.



**Больше информации
на странице комитета**